

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN SUASANA *CAFE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN  
MINAT BELI ULANG PADA *CAFE* SAWAH PUJON MALANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi**



Oleh:  
**NOVI KURNIA SARI**  
**201510160311165**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2019**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN SUASANA *CAFE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN  
MINAT BELI ULANG PADA *CAFE* SAWAH PUJON MALANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi**



Oleh:  
**NOVI KURNIA SARI**  
**201510160311165**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2019**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN SUASANA *CAFE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN  
MINAT BELI ULANG PADA *CAFE* SAWAH PUJON MALANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi**



Oleh:  
**NOVI KURNIA SARI**  
**201510160311165**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2019**



## SKRIPSI

# PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG PADA CAFE SAWAH PUJON MALANG

Oleh :

**Novi Kurnia Sari**  
201510160311165

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 12 Juli 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dr. Widayat, M.M.**

**Dr. Eko Handayanto, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

**Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

**Dr. Marsudi, M.M.**





## SKRIPSI

# PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG PADA CAFE SAWAH PUJON MALANG

Oleh :

**Novi Kurnia Sari**  
201510160311165

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 12 Juli 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dr. Widayat, M.M.**

**Dr. Eko Handayanto, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



**Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

**Dr. Marsudi, M.M.**



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **Novi Kurnia Sari**  
NIM : 201510160311165  
Program Studi : Manajemen  
Email : [kurnianovi22@gmail.com](mailto:kurnianovi22@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan didaftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan data atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 06 Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,



**Novi Kurnia Sari**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN SUASANA *CAFE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN  
MINAT BELI ULANG PADA *CAFE* SAWAH PUJON MALANG**

**Novi Kurnia Sari**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jalan Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144

[kurnianovi22@gmail.com](mailto:kurnianovi22@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana *cafe* terhadap kepuasan pelanggan dan minat beli ulang pada *Cafe* Sawah Pujon Malang. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen *Cafe* Sawah Pujon Malang. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Jenis dan sumber data yang digunakan penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengujian instrument dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana *cafe* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan harga yang terjangkau, kualitas produk baik, kualitas pelayanan baik, dan suasana *cafe* baik pelanggan merasakan kepuasan dan menjadi pertimbangan pelanggan untuk membeli kembali makanan dan minuman di *cafe* sawah Pujon Malang.

**Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Suasana *Cafe*,Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang.**



***EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND  
CAFE ATMOSPHERE TO CUSTOMER SATISFACTION AND  
REPURCHASE INTEREST AT THE SAWAH CAFE PUJON MALANG***

**Novi Kurnia Sari, Widayat, Eko Handayanto**

*Study Program of Management Faculty of Economy and Bussiness*

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144

[kurnianovi22@gmail.com](mailto:kurnianovi22@gmail.com)

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of price, product quality, service quality, and the cafe atmosphere to customer satisfaction and buying interest at the Sawah Cafe Pujon Malang. The population of this study are all consumers at the Sawah Cafe Pujon Malang. The sampling technique using non probability sampling with a sample size of 100 respondents. Techniques of data collection by questionnaire. Types and sources of data used this research is primary data and secondary data. Testing instrument in this study make use of test validity and reliability testing. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, the classical assumption test, and hypothesis testing. These results indicate that price, product quality, service quality, and the cafe atmosphere positive and significant impact on customer satisfaction and customer satisfaction positive and significant impact on the buying interest. This shows that at an affordable price, good product quality, service quality is good, and the cafe atmosphere and good customer satisfaction into consideration the customer to buy back the food and drink at the Sawah Cafe Pujon Malang.*

***Keywords: Price, Quality Products, Quality Service, Atmosphere Cafe, Customer Satisfaction, and Repurchase Interest.***

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah, puji syukur saya haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana *Cafe* terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang pada *Cafe* Sawah Pujon Malang” ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teriring do'a dan sholawat semoga senantiasa melimpah ke hadirat Muhammad SAW, Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Fauzan M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Marsudi, M.M., selaku ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan banyak bantuan demi kelancaran penyelesaian Tugas Akhir Skripsi.

4. Bapak Dr. Widayat, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dengan sabar, keikhlasan, dan ketulusan dalam memberikan bimbingan, arahan, dan nasihat demi kelancaran penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
5. Dr. Eko Handayanto, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dengan sabar, keikhlasan, dan ketulusan dalam memberikan bimbingan, arahan, dan nasihat demi kelancaran penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
6. Dra. Titiek Ambarwati, M.M selaku dosen wali kelas Manajemen C angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Malang yang dengan luar biasa memberikan motivasi dan do'a yang tulus sehingga terselesaikannya perkuliahan serta skripsi ini.
7. Seluruh Bapak Ibu Dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berarti bagi penulis.
8. Orang tua saya yang selalu memberikan dukungan, semangat baik berbentuk riil maupun materiil, dan tak henti-hentinya berdo'a untuk keberhasilan dan kebahagiaan penulis serta kasih sayang selama ini yang sudah diberikan kepada penulis. Tak lupa juga penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua kakak saya yang selalu memberikan dukungan, memberikan motivasi, kasih sayangnya, dan do'a kepada penulis.
9. Sahabtku Yanti Numalasari, Eka Retno Asih, Arum Samudraning Islami, Rizma Nurlaili Yanningrum, Hamidi, Rafika Ayuk Agustin, dan Lenny



Puspita Sari yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan, menjadi tempat berdiskusi dan berbagai cerita sehingga terselesaikannya skripsi ini.

10. Sahabatku Alm. Ganda Wibisono walaupun telah tiada penulis selalu bersyukur dan berdo'a kepada Allah SWT semoga amal ibadahnya diterima disisi Allah SWT. Terimakasih selama Almarhum masih hidup selalu mendukung, membantu dan menjadi tempat berdiskusi dalam proses perkuliahan.

11. Keluarga Manajemen C angkatan 2015 yang selalu memberikan dukungan, hiburan, semangat serta do'a untuk menyelesaikan skripsi ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karna kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Maka dari itu kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan demi menuju kesempurnaan. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya dan bagi penulis sendiri.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Malang, 29 Mei 2019

Penulis,

Novi Kurnia Sari

NIM. 21010160311165

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
1. Minat Beli Ulang .....	11
2. Kepuasan Konsumen .....	13
3. Harga.....	16
4. Kualitas Produk .....	17
5. Kualitas Pelayanan .....	19
6. Suasana <i>Cafe</i> .....	21
C. Kerangka Pikir.....	22
D. Hipotesis Penelitian.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Lokasi Penelitian.....	30
B. Jenis penelitian .....	30
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel.....	31

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
E. Jenis dan Sumber Data.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data .....	35
G. Pengujian Instrumen.....	36
1. Uji Validitas .....	36
2. Uji Reliabilitas.....	37
H. Teknik Analisis Data .....	38
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
2. Uji Asumsi Klasik .....	39
a. Uji Normalitas .....	39
b. Uji Multikolinieritas.....	39
c. Uji Heteroskedastisitas .....	40
K. Uji Hipotesis .....	41
1. Uji t.....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
A. Gambaran Umum <i>Cafe Sawah</i> .....	42
B. Karakteristik Responden.....	43
C. Distribusi Jawaban Responden.....	45
D. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	56
1. Uji Validitas .....	56
2. Uji Reliabilitas.....	57
E. Hasil Analisis Data .....	57
1. Analisis Regresi.....	57
a. Uji Normalitas .....	58
b. Uji Multikolinieritas .....	59
c. Uji Heteroskedastisitas .....	60
d. Persamaan Regresi Linier Berganda .....	61
e. Koefisien Determinasi .....	64
F. Uji Hipotesis .....	66
1. Uji t (Parsial) .....	66
G. Pembahasan .....	68



<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>81</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	24
----------------------------------------------	----



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Kunjungan Pelanggan .....	6
Tabel 1.2	Keluhan Pelanggan pada <i>Cafe</i> Sawah Pujon .....	7
Tabel 3.1	Definisi Operasional Varriabel dan Indikator Variabel.....	33
Tabel 4.1	Karakteristik Responden.....	43
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Varibel Harga.....	46
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Varibel Kualitas Produk .....	47
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Varibel Kualitas Pelayanan .....	49
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Varibel Suasana <i>Cafe</i> .....	51
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Varibel Kepuasan Pelanggan .....	52
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Varibel Minat Beli Ulang .....	54
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas .....	56
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas .....	59
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas Kepuasan Pelanggan .....	60
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas Minat Beli Ulang .....	61
Tabel 4.14	Hasil Regresi Linier Berganda Kepuasan Pelanggan.....	62
Tabel 4.15	Hasil Regresi Linier Berganda Minat Beli Ulang .....	64
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan .....	65
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi Minat Beli Ulang .....	65
Tabel 4.18	Hasil Uji T Kepuasan Pelanggan .....	66
Tabel 4.19	Hasil Uji T Minat Beli Ulang.....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner.....	81
Lampiran 2.	Distribusi Jawaban Responden .....	87
Lampiran 3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	95
Lampiran 4.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	101
Lampiran 5.	Hasil Analisis Regresi Berganda. ....	103



## DAFTAR PUSTAKA

- Amnericha, Yulianeu, Cicik. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Variasi Produk (Restoran) terhadap Minat Beli Ulang pelanggan (*Studi Kasus Di A To Z Bar Wine & Brasserie Semarang*).
- Ardhy, Rafsanjani. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Menciptakan Minat Mereferensikan. Vol 6 : 1–14.
- Arytama, NB. 2015. Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha ( Studi Kasus Mahasiswa Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang ). Vol 4: 1.
- Cahya, YD. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Di *Cafe Be Happy Pare Kabupaten Kediri*. 1-16
- Fahimah, Achmad, dan Kadarisman. 2015. Pengaruh *Store Atmosfer* ( Suasana Toko ) terhadap Keputusan Pembelian ( Survei Pada Pengunjung Di Madam Wang Secret Garden Cafe Malang ). Vol 28 : 1–10.
- Fitriasshinta, D. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen King Telur Asin. Vol 15 : 219–234.
- Fure, H. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. Vol 1(3), 273–283.
- Ghassani, M. T. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt.Bandeng Juwana Elrina Semarang ). Vol 10 : 1-8.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Susilo , Haryono, dan Morkey. 2013. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel *Intervening* Di Hotel Amanda Hills Bandung. Vol 1(2), 1–8.
- Hermanto, Cahyadi. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Fast Food Ayam Goreng Tepung Di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya. Vol 3(2), 561–573.
- Hotman, Makmur, dan Hidayat. 2017. Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi terhadap

Minat Beli Ulang Konsumen Di. Ud. Naysila Toys Simpang Skpd. 1–10.

- Khoirulloh , Andi, dan Heru. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pembelian sebagai Variabel *Intervening*. *Journal Of Management*. *Issn* : 2502-7689, *Vol 4, No*, 1–21.
- Kotler, Armstrong. 2008. Prinsip Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Badan Penerbit Erlangga.
- Kotler, Armstrong. 2008. Prinsip Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Badan Penerbit Erlangga.
- Kotler, Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Badan Penerbit Erlangga.
- Kusuma dan Suharnomo. 2015. Analisis Pengaruh Promosi, Word Of Mouth, dan Brand Awareness terhadap Pembentukan Minat Beli pada *Coffee Groove* Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 4(1), 2337–3792.
- Latief, A. 2018. Analisis Pengaruh Produk , Harga , Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe ( Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa ), 7(1), 90–99.
- Lovelock, Wirtz, dan Mussry. 2011. Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi) Perspektif Indonesia, Edisi 7 Jilid 2. Jakarta: Badan Penerbit Erlangga.
- Marlina, S. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 17(3), 42–58.
- Murwanti dan Pratiwi. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi, (2007), 207–227.
- Mustapa, Patricia, & Leonardo. 2016 . Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Keragaman Produk Sparepart Toyota terhadap Minat Beli Ulang Konsumen dengan Kepuasan Pelanggan sebafei Variabel *Intervening*, 23(39870423), 946–952.
- Nasution, Prayogi, dan Affandy. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi terhadap Penjualan pada Usaha Mikro Pengrajin Sepatu di Kecamatan Medan Denai, 60–70.
- Nggaur, D. A. 2018. Pengaruh Harga, Suasana Cafe, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator.

- Purnomo, E. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal.
- Putra, A. S. B. 2013. Pengaruh Retail Marketing Mix terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Pemoderasi, *1*(2), 97–113.
- Resti & Soesanto. 2016. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Issn 2337-3792*, *5*(1), 1–12.
- Septian, Koentjoro, dan Aprilia. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat, dan Proses) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Warung Bu Darmi Siwalankerto Surabaya, 31–40.
- Suharto, G. P. 2017. Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Gigggle Box Cafe & Resto Semarang, (024).
- Sunarti, A. I. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen, *60*(3), 104–111.
- Wibowo, B. A. 2016. Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarnegara. *Nucleic Acids Research*, *34*(11), E77–E77.
- Widagdo, H. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*.
- Widayat. 2004. Metode Penelitian Pemasaran. Malang: Badan Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.
- Winarno, Mananeke, dan Ogi. 2018. Analisis Pelayanan Konsumen dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopo Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado, *6*(3), 1248–1257.

Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal:

01/08/2019

KODE

68  
A

Nama

: Novi Kurnia Sari

NIM

: 201510160311165

Jurusan

: MANAJEMEN

Naskah Publikasi

: Lulus

Terjemahan Abstrak

: Selesai

Lembaga Informasi dan Publikasi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

